

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Informasi sekarang tidak lagi menjadi kebutuhan yang sekunder apalagi tersier di era globalisasi. Informasi sekarang sudah menjadi kebutuhan sehari-hari dan memiliki peran penting dalam menentukan sudut pandang, sikap, bahkan pengambilan kebijakan. Sedangkan yang menjadi perantara dalam penyebaran informasi adalah media massa. Bentuk pesan yang disampaikan kepada publik melalui media massa yakni meliputi surat kabar, majalah, buku, film, televisi, radio, bahkan internet juga sebagai media yang saat ini sedang berkembang pesat.

Media sosial merupakan bagian media massa yang menjadi salah satu bentuk komunikasi satu arah. Jaringan yang luas memungkinkan untuk menjangkau wilayah yang lebih luas dengan tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Seiring perkembangan zaman, kini perkembangan media sosial di Indonesia semakin berkembang pesat sejak didukung infrastruktur baik dari perangkat, jaringan internet maupun teknologi. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2012, sebanyak 63 juta masyarakat Indonesia terhubung dengan internet dan sebanyak 95 persen aktivitas akses dunia maya adalah membuka media sosial (Kominfo, 2013). Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial yakni media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Kini media sosial menjadi multifungsi. Media sosial digunakan untuk menjalin silaturahmi dengan kerabat atau keluarga, mendapatkan pengetahuan, mendapatkan teman baru, mendapatkan informasi, dan sebagai media usaha misalkan menjual barang-barang secara online, film, buku, dan juga sebagainya hingga mencitrakan dirinya. Ada kelebihan dan juga ada kekurangannya, banyak akun-akun palsu yang digunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab untuk mencoreng nama baik orang, penipuan bahkan kriminalitas yang bisa saja dipancing melalui postingan yang memberikan peluang untuk melakukan kejahatan. Kementerian Komunikasi dan informasi (Kekominfo) menyatakan, pengguna internet di Indonesia saat ini telah mencapai 82 juta orang. Dari angka tersebut, Indonesia berada di peringkat ke-8 di dunia yang menggunakan internetnya untuk mengakses jejaring sosial yang saat ini lagi populer seperti Facebook, Path, YouTube, Line, Instagram, Twitter, Tumblr dan sebagainya. Masing-masing dari jejaring sosial tersebut memiliki keunggulan tersendiri (Kominfo, 2014).

Instagram kini telah menjadi salah satu aplikasi yang paling diminati oleh para pengguna Ios dan Android. Dalam jangka waktu seminggu setelah aplikasi ini tersedia di tahun 2012, pengguna Ios dan Android bertambah hingga mencapai 10 juta. Instagram adalah aplikasi gratis yang untuk berbagi foto yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto atau video dan selanjutnya berbagi pada layanan jejaring sosial. Kemudahan yang ditawarkan dari mulai mengambil gambar, mengedit, dan mengunggahnya ke Instagram, Facebook, maupun Twitter menjadi daya tarik tersendiri. Melalui fitur-fitur inilah

Instagram banyak diminati oleh semua kalangan tanpa terkecuali artis, pemilik onlineshop dan bahkan *public figure*. Seiring dengan kepopuleran Facebook dan Twitter diikuti pula oleh Instagram. Pengguna Instagram kini terus bertambah. Menurut pengumuman layanan *photo sharing* tersebut pada Selasa (25/3/2014) telah mencapai lebih dari 200 juta (Kompas, 2014).

Berbicara tentang perempuan akan senantiasa menarik, apalagi dihubungkan dengan media massa yang setiap hari kita nikmati, baik itu media cetak maupun elektronik. Bahkan terkadang seperti ada yang kurang jika sebuah tayang televisi maupun Instagram tidak ditampilkan sosok perempuan dengan segala 'daya tarik'-nya. Salah satunya yang dapat kita lihat bersama adalah gambaran tentang perempuan yang kerap muncul sebagai perempuan yang selalu benar, perempuan yang suka menghabiskan uang untuk *shopping*, perempuan selalu mau menang sendiri, perempuan genit, bahkan perempuan sebagai sosok yang lemah atau tidak berdaya.

Selama bertahun-tahun peran perempuan di media digambarkan sebagai objek bahan lelucon. Baik itu dari segi kata-kata maupun tampilan fisik perempuan. Sosok perempuan dengan segala daya tariknya dalam tampilannya pada meme-meme di Instagram menjadi hal menarik untuk diperbincangkan. Di satu sisi perempuan digambarkan sebagai ibu rumah tangga yang pandai mengurus anak dan melayani suami. Di sisi lain perempuan digambarkan sebagai objek bahan lelucon dalam meme-meme di Instagram.

Penting bagi kita untuk menyadari ini, karena perempuan tidak hanya menjadi bahan ekspose secara terang-terangan di media televisi, tetapi juga secara halus melaluiposting-an-postingan meme yang dianggap lelucon. Kata-kata dalam meme berpotensi membentuk citra perempuan itu sendiri. Salah satu akun Instagram terpopuler yang khusus memposting meme yang menjadikan perempuan sebagai objeknya adalah Instagram @Dagelan dengan jumlah follower mencapai 6,9 M (*Million*). Hal ini terlihat dari rata-rata dalam sehari Instagram @Dagelan bias memposting 5 hingga 6 meme perempuan dari 10 postingan gambar meme yang diposting. Berikut adalah foto profil dari akun Instagram @Dagelan.



Gambar 1.1 Profil Depan Akun Instagram @Dagelan

Adanya stereotip sosok dan peran perempuan yang ditonjolkan oleh meme membuat masyarakat menerima pesan media sebagai realitas yang benar. Perempuan dipandang dari kemampuan menampilkan tubuhnya, dari sifatnya,

bukan kemampuan intelektualitasnya. Media, dalam hal ini Instagram, mempunyai kekuatan memindahkan realitas sosial ke dalam pesan media dengan atau setelah diubah citranya, kemudian media memindahkannya melalui replikasi citra ke dalam realitas sosial yang baru di masyarakat, seakan realitas itu sedang hidup di masyarakat (Bungin, 2008:2).

Penggunaan daya tarik fisik perempuan sebagai obyek tanda dalam berbagai wujud semakin marak di Instagram@Dagelan. Semua foto perempuan yang diunggah di akun Instagram @Dagelan menunjukkan bahwa perempuan sebagai bahan lelucon meme-meme. Hingga saat ini dari semua foto yang diunggah mendapatkan 'like' dan komentar. Hampir semua fotonya menunjukkan perempuan sebagai sosok yang genit, selalu menang, selalu benar, suka menghabiskan uang orang tuanya untuk shopping. Ekspose ini tidak semata-mata dilakukan secara kasar, tetapi mengatasnamakan keindahan. Tidak sedikit pula yang terkadang memberikan komentar-komentar pujian atau bahkan melontarkan komentar yang terkesan tidak enak. Maka dari itulah dapat dikatakan bahwa media massa mempunyai kekuatan untuk membentuk opini publik. Berikut adalah salah satu foto perempuan yang di unggah oleh akun Instagram @Dagelan.



Gambar 1.2 *Capture* Postingan Akun Instagram @Dagelan

Dari berbagai penjelasan diatas, peneliti tertarik mengangkat fenomena ini untuk menyadarkan anak muda khususnya perempuan bahwa ada fenomena ekspose perempuan di sekitar mereka, di gambar-gambar yang menurut mereka lucu pada akun sosial Instagram @Dagelan.

Alasan yang mendukung pentingnya penelitian ini dilakukan yakni karena fenomena ekspose perempuan yang harus dipandang secara objektif. Masyarakat harus benar-benar memahami apa yang terjadi. Melalui pemahaman yang tepat, masyarakat dapat menentukan sikap dan tindakan yang tepat dalam memahami fenomena ekspose karakter perempuan di media sosial. Ketika media sudah tidak mengedukasi masyarakat, maka sudah saatnya masyarakatlah yang mengedukasi media dengan pengetahuan yang luas dan pemikiran yang kritis.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan masalah penelitian yakni :

1. Kecenderungan ekspose karakter perempuan yang paling sering muncul dalam akun Instagram @Dagelan pada gambar tentang Profesi periode Minggu ke-I Agustus 2015 sampai dengan Minggu ke-IV November 2015?
2. Seberapa besar frekuensi kemunculan kecenderungan ekspose karakter perempuan yang muncul?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menghitung frekuensi kemunculan kecenderungan ekspose karakter perempuan profesional di media sosial (analisis isi pada akun Instagram @Dagelan pada gambar tentang profesi periode minggu ke-I Agustus 2015 sampai dengan minggu ke-IV November 2015)

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi berupa kajian ilmiah pada studi Ilmu Komunikasi, terutama bagi mahasiswa yang khususnya tertarik dengan kajian tentang Meme lebih khusus yang membahas mengenai Ekspose Karakter Perempuan di media sosial.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Peneliti dapat mengetahui frekuensi kategori karakter perempuan profesional apa yang paling banyak digunakan oleh media sosial khususnya akun Instagram @Dagelan. Selain itu, dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan pada masyarakat luas untuk lebih kritis dalam menanggapi informasi yang didapatkan dari media sosial agar tidak mudah terpengaruh oleh pihak-pihak tertentu.

